

แนวทางการพัฒนาธุรกิจของร้านอาหารคลีนฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

พรทิพย์ อินทรพรอุดม

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษบา สิทธิการ

พรทิพย์ อินทรพรอุดม
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นุ
บทคัดย่อ
มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา
(2) ศึกษาส่วนประสมทาง
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
ข้อมูลประกอบด้วย แบบสั
นผู้ใดในอำเภอเมือง จังหวัดเจ
และแบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูล
00 ตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์
เชื่อมโยงกับผลของแบบสอบถ
ป วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณ
เทพวงธุรกิจอาหารคหิปปุ่น

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบริบทของราย (2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นการเก็บข้อมูลประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ การคลีนฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รวม และแบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลมาเชื่อมโยงกับผลของแบบสอบถาม ในสำเร็จรูป วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาใน

ว่าบริบทของธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดในพื้นที่

ผลการศึกษาพบว่าบริบทของธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ด้านผลิตภัณฑ์มีการจัดตารางอาหารให้ลูกค้าแบบเป็นหมาเป็นโปรแกรมอาหารรายวัน รายสัปดาห์หรือรายเดือนโดยที่ทางร้านเป็นผู้กำหนดเมนูในแต่ละมื้อให้กับลูกค้า ด้านราคาพบว่าอาหารคลีนฟู้ดมีราคาสูงกว่าอาหารตามท้องตลาดทั่วไป ผู้ประกอบการกำหนดราคาจากต้นทุนเป็นหลักเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารมีราคาสูง ด้านช่องทางจัดจำหน่ายพบว่าส่วนใหญ่จำหน่ายใน

รูปแบบของ Delivery เป็นหลัก และไม่มีบริการให้ทานที่ร้าน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่าผู้ประกอบการใช้สื่อ Social Media เป็นหลักในการทำการตลาด ด้านบุคลากร พบว่าธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดมีพนักงานอย่างน้อย 2 คน ผู้ประกอบการเป็นผู้ลงมือทำอาหารเอง และมีความรู้เป็นอย่างดี ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่าร้านส่วนใหญ่ไม่มีพื้นที่ให้บริการทานในร้าน การตกแต่งร้านเป็นไปตามความชอบของผู้ประกอบการและมีความเรียบง่าย ด้านกระบวนการ พบว่าร้านส่วนใหญ่มีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว และเกิดข้อผิดพลาดน้อย เพราะจะมีการจำกัดเมนูอาหารในแต่ละวันร้านเป็นผู้จัดเมนูอาหารให้ลูกค้าเอง และมีบริการส่งอาหารให้ลูกค้า ก่อน 11.00 น. ทุกวัน

ในส่วนของผู้บริโภคพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป และสาเหตุที่เลือกรับประทานอาหารสุขภาพเพราะต้องการให้สุขภาพแข็งแรง ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อความต้องการผู้บริโภค นั้นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเมื่อเรียงลำดับแล้วผู้บริโภคมีความต้องการด้านบุคลากรมากที่สุด ได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาดเหมาะสม และพนักงานบริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส

คำสำคัญ: ธุรกิจร้านอาหารคลีนฟู้ด/ผู้บริโภคอาหารคลีนฟู้ด/ส่วนประสมทางการตลาด

Independent Study Title	Approach for Clean Food Business Marketing Development in Mueang District Chaing Rai Province
Author	Pornthip Intharapornudom
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Asst. Prof. Bussaba Sittkarn, Ph. D.

ABSTRACT

The purpose of this independent study were: (1) To study context of clean food in Mueang district, Chiang Rai Province; and (2) To study marketing mix effective customer need clean food in Mueang district, Chiang Rai. The research was analyzed by quantitative and qualitative method. In addition to participant observation, the semi-structured interviews were employed to entrepreneurs of four clean foods in Mueang district, Chiang Rai for data collection. Moreover, questionnaire survey was employed to 300 samples of clean food customers. Content analysis was employed for qualitative data; whereas computer analysis program was used for quantitative data analysis that presented in form of frequency, percentage and means. The results of the study were cross examination and then presented according to marketing mix factors (7Ps).

The study revealed as follows; the context of clean food in Mueang district, Chiang Rai, the products are set the menu in each meal for customers by daily, weekly or monthly course. Price factor, the price of clean food is higher than the market generally. Price of products is based on the cost of raw materials used in the cooking process. The distribution channels, the study shows that mainly sold in form of delivery service and do not serve in the restaurant. Promotion marketing, entrepreneurs will use social media as a major in marketing. Human resources, clean food businesses should employ at least 2 people and entrepreneurs were cooked by themselves.

The physical environment, most stores will not serve in the restaurant. The restaurant is decorated according to the simplicity. The process, the most stores have a quick process and few errors because the limited menu in each day. Entrepreneurs decide the menus and delivery service to customers before 11:00 a.m. in everyday.

In aspect of customers, there are mostly female, age between 20-30 years old which having bachelor degree, career as a business owner with an income more than 20,000 baht. The main reason of having the clean food is to have health awareness. The level of their needs on marketing mix factors (7Ps) is in high level for six factors except the level of the promotion factor is moderated. However, the human resource is considerate to be the most important factor consist of employees wear clean suits, and employees have service mind.

Keywords: Clean Food Business/Clean Food Customer/Marketing Mix

